

**Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan Merek
pada Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus pada
PT. Nasmoco Majapahit Semarang)**

RONIZAM BINARDA YUSUF

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201302981@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat seiring dengan peningkatan peradaban manusia menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan mendorong setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan. Salah satu industri yang tumbuh pesat sampai saat ini adalah industri otomotif, perkembangannya ditandai dengan terus bertambahnya kuantitas kendaraan yang dimiliki masyarakat, menempatkan mobil bukan lagi untuk golongan menengah keatas. Produsen mobil yang ada di Indonesia jumlahnya lebih dari satu. Salah satunya yang ada di Indonesia adalah perusahaan otomotif dari jepang Toyota. Obyek dari penelitian ini adalah PT. Nasmoco Majapahit Semarang, yang merupakan dealer resmi merek Toyota, beralamatkan di Jl. Brigjen Sudiarto No. 426, Pedurungan (Majapahit), Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah mengacu pada konsumen mobil Toyota di PT Nasmoco Majapahit Semarang dengan responden sebanyak 100. Jenis datanya adalah primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil analisi dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa Brand Image, Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: brand image, kualitas produk, harga, kepercayaan merek dan keputusan pembelian

Kata Kunci : brand image, kualitas produk, harga, kepercayaan merek dan keputusan pembelian

**The Effect of Brand Image, Product Quality, Price, Brand Trust on
Purchasing Decision of Toyota Avanza Car (Case Study at PT
Nasmoco Majapahit Semarang)**

RONIZAM BINARDA YUSUF

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201302981@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The development of technology along with the increase of human civilization causes increasingly fierce competition. The competition has encouraged every company to create excellence. Industries which growing rapidly is the automotive industry, the development of automotive industry marked by the increasing quantity of vehicles owned by society, proven by the fact that car is not only for the upper middle class society. In Indonesia, there are more than one car manufacturer. One of the them is the automotive company from Japan, Toyota. The object of this research is PT. Nasmoco Majapahit Semarang, which is an authorized dealer of Toyota brand located on Jl. Brigjen Sudiarto No. 426, Pedurungan (Majapahit), Semarang. The population in this research refers to consumer of Toyota car PT Nasmoco Majapahit Semarang with 100 respondents. The type of data is primary data which is obtained by using questionnaire as the data collection method. The technique analysis is multiple regressions. The result analysis by using SPSS program, shows that Brand Image, Product Quality, Price, and Brand Trust have positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, product quality, price, brand trust and purchasing decisions

Keyword : brand image, product quality, price, brand trust and purchasing decisions